

## **Eixo 3**

### **Espaço Turístico e Meio ambiente**

#### **Natureza, paisagens culturais e os produtos turísticos associados ao território**

Norberto Pinto dos Santos

Centro de Estudos em Geografia e Ordenamento do Território

Coimbra, Portugal

[norgeo@ci.uc.pt](mailto:norgeo@ci.uc.pt)

Fernanda Delgado Cravidão

Centro de Estudos em Geografia e Ordenamento do Território

Coimbra, Portugal

[cravidao@fl.uc.pt](mailto:cravidao@fl.uc.pt)

Lúcio Sobral da Cunha

Centro de Estudos em Geografia e Ordenamento do Território

Coimbra, Portugal

[luciogeo@ci.uc.pt](mailto:luciogeo@ci.uc.pt)

## **Resumo**

Em Portugal, o ambiente tornou-se um valor incontornável nas estratégias turísticas. A associação dos produtos turísticos ao território está a transformar o espaço turístico em espaços de preservação ambiental e de patrimonialização dos recursos existentes. O Turismo de Saúde e Bem-estar e as Actividades de aventura, normalmente relacionadas com públicos muito diferenciados, surgem hoje nas mesmas esferas de actuação.

Com a presente comunicação pretende-se valorizar a evolução sentida pelo Termalismo, em Portugal, no sentido do Turismo de Saúde e Lazer, e das Actividades de aventura e de Touring cultural e paisagístico.

Estes modos de turismo que encontram suporte na sua relação com a natureza dão expressão a propósitos de divertimento mas, também, de desenvolvimento e de preservação ambiental, ao mesmo tempo que se apresentam como alternativa a formas massificadas de turismo.

Desta forma expressar-se-á como a natureza e as paisagens culturais se assumem como suporte de actividades e produtos ligados ao território.

**Palavras-Chave:** Turismo, Paisagens culturais, Natureza, Produtos turísticos.

## **1. Introdução**

A relação empática que se vai estabelecendo entre a natureza e a cultura é cada vez mais dinâmica e intuitiva. Os valores que hoje são expressos pelo mundo científico, pelo senso comum e pela economia, tradicionalmente em desacordo, parecem ter conseguido alguma sintonia, dando expressão a intervenções, comportamentos e investigações que a política quer, também, assumir como seus, neste último caso porque estas questões passaram a estar integradas nas agendas como assuntos prioritários na tomada de decisão dos eleitores. De facto, para além da crise económica e dos problemas ambientais, esta alteração de comportamento constrói-se como um ciclo virtuoso de que todos, se as actuações forem equilibradas, podem retirar dividendos.

Ainda assim, há que referir que em todas estas acções, as pessoas são, efectivamente, a comunalidade de referência e, por isso, precisam de assumir um lugar central, sabendo que os diferentes níveis de investigação precisam de ter nas populações a sua máxima expressão. Quer isto dizer que os estudos de geoconservação e património geomorfológico são estudos de lugares, paisagens e regiões. Por isso, então, estes estudos são de pessoas e espaços e vão para além da importância da geomonumentalidade, integram a biodiversidade e a diversidade cultural, pelo que encontram no ambiente os seus territórios de eleição (SANTOS, 2006, p. 124), assumindo que não há homem que não seja natural, nem natureza que não seja humana (ANDRÉ, 1996, p. 74).

A importância da sustentabilidade, do desenvolvimento e do nível de intervenção local são centrais na relação aqui proposta. As leituras do espaço dependem sobremaneira dos interesses da investigação. Aqui arroga-se ao espaço um valor principal. Entendido como suporte e moldado por tempos geológicos e pelas acções humanas, próximo da acepção, que lhe é atribuída por Lefèbvre (1974, citado por SANTOS, 2001, p. 210), de produto; o espaço é também assumido como produtor ao ser o elemento de referência na percepção e representação que o ser humano efectua do ambiente que o rodeia. Suporte para a vida e para o vivido, o espaço é também percebido e representado, assim como simbólico e de ordenamento ao ser utilizado como instrumento político.

É necessário, perante esta leitura, ter em consideração a importância da conjugação das dimensões económica (eficiência, crescimento, estabilidade), social (equidade, solidariedade) e ecológica (reprodutibilidade dos recursos naturais) (MELA *et al.*, 2001, p. 21 e 22), de forma a conseguir intervenções equilibradas e eficazes.



Figura 1 - Parâmetros de avaliação da sustentabilidade territorial

Fonte: Elaborado pelos autores

Importa, contudo, aprofundar esta leitura integrada e fazer apelo a outros elementos, enquanto esteios do que pode ser apelidado de sustentabilidade territorial (Figura 1).

Entende-se pertinente a inter-correlação das valências sociais e económicas, já que as

relações e efeitos das acções e intervenções dos agentes, privados ou públicos, individuais ou colectivos, são extremamente elevados. Efectivamente, na busca pela sustentabilidade, importa que o êxito de uma resulte no sucesso da outra e que nenhuma delas seja alienada (o que acontece normalmente à social, devido ao seu menor efeito multiplicador e menor importância regulatória). O elemento ecológico é expresso em modos de gestão suportados por intervenções que acautelem a qualidade de vida e a boa gestão dos suportes físicos para o desenvolvimento. Neste âmbito integra-se a gestão do risco enquanto instrumento de organização de uma relação homem/meio baseada na sustentabilidade.

É, contudo, de todo pertinente, colocar nesta equação também a actuação política e a expressão simbólica e imagem dos lugares. Se bem que muito inter-relacionados, mesmo sobrepondo-se em termos de actuação, é pertinente individualizar a importância das políticas adoptadas, com vista ao desenvolvimento local, dando expressão à representatividade e à participação dos grupos de interesse (*stakeholders*), enquanto parceiros na actuação para o desenvolvimento. Tudo isto entronca na capacidade de transmitir uma imagem com uma identidade própria, capaz de cativar a atenção e a acção de externalidades diversas, baseada na inovação, na tradição, na organização e/ou no espectáculo. Dá-se assim expressão às mobilidades, às acessibilidades e às relações entre diversos modos de organização do espaço (homogéneos ou diferenciados) através de intervenções capazes de valorização e coesão territorial.

Ao ler-se o espaço como um *continuum* urbano/rural, o desenvolvimento rural apresenta um significado acrescido, devido à sua participação em planos de actuação que deixam de ter apenas a ver como a escala local, passando a inscrever-se numa tipologia de participação nacional e mesmo internacional, com a grande mais-valia de ser capaz de conferir ao espaço em que se integra novas e mais marcantes identidades. Estas surgem não de uma perspectiva retrógrada ou introvertida, mas de uma qualificação baseada na diversidade dos recursos, na inovação, na potencialidade de criação e recriação de produtos turísticos, ancoradas na assunção de uma multifuncionalidade quantas vezes menosprezada.

Como refere Cardoso (2002: p. 35), “a natureza e o ambiente deixam de ter a função de produção agro-silvo-pastoril prevalecente no passado, para adquirir uma representação estética, simbólica e lúdica pelos novos protagonistas urbano e institucionais”. Assim acontece devido ao dinamismo das *idades-região*, cujas áreas de

influência, têm no rural uma expressão maior. Porém, residentes na cidade criam o seu próprio meio rural, idílico e atractivo ou demoníaco e repulsivo, depreciando os elementos que não correspondem ao seu estereótipo. Como é óbvio esta interpretação extremada resulta do desconhecimento do espaço de vida rural, da selectividade da informação e do afastamento em termos de interesses. Todavia, ela é estruturada quando a aproximação, no sentido que nos é dada por Cresswell (2004), acontece. O conhecimento do lugar e das suas gentes e modos de fazer dão-nos uma paleta completamente diferente das características do espaço. Como referimos antes (SANTOS & CUNHA, 2008, p. 210), “o rural é diverso, é multifuncional, é produtivo, é inovador, é competitivo e apresenta uma capacidade atractiva que potencia, numa relação de complementaridade, a do espaço urbano que o integra na sua área de influência”.

Como se sabe, a natureza, hoje, resulta muito da intervenção antrópica e praticamente não há paisagens naturais que não o sejam também do ponto de vista cultural. Mas os geógrafos sociais sempre procuraram compreender como a cultura age e reage com a natureza, ou como as pessoas, através dos processos civilizacionais, recompõem o meio, diferenciando e diversificando a superfície terrestre.

## **2. Natureza e Geomonumentalidade**

Não é normal associar a noção de *terroir* à expressão morfológica da paisagem. Todavia, o *terroir* “é entendido como território agrícola trabalhado e resultante de influências várias: da morfologia que serve de suporte; das características dinâmicas do mundo físico, que condiciona as acções; das relações que se estabelecem com o saber/fazer dos seus habitantes; da imagem transmitida a partir dele” (SANTOS & GAMA, 2010, no prelo). Tratando-se de uma relação forte e tendencialmente irrepetível entre o produto e o lugar em que é produzido, pode ser usado aqui na acepção que Brunet *et al.* (1993) lhe dão: um produto que não poderia ser produzido noutro lugar que não naquele *terroir*.

Este conceito de produto que implica uma viagem para que seja obtido ou usufruído, que promove a certificação definidora da qualidade, que assume uma identidade territorial responsável pelo seu marketing, está muito presente nos conceitos de geossítio e geomonumento e está na base da valorização do geoturismo.

A natureza tem-se apresentado como cativadora das populações em viagem, como o mostram a importância no investimento nos geoparques. Funcionando,

salvaguardadas as diferenciações entre palcos humanizados e palcos naturais, um pouco como os Convention & Visitors Bureau's para o Turismo de Negócios, os geoparques são o centro da gestão, da promoção e da divulgação do geoturismo de espaços concretos. De facto, o ir ao lugar consumir os produtos (fundamental quando se aborda a questão de *terroir* atribuído aos produtos culturais) é um processo incontornável. No caso português estão já concretizados dois grandes projectos (o Geoparque Naturtejo e o Geoparque de Arouca), mas as potencialidades de aumento da exploração do produto Geoparque é enorme. Basta atentar na importância dos espaços que são classificados como Sítios de Importância Comunitária, Zonas de Protecção Especial ou Áreas Protegidas (Figura 2).

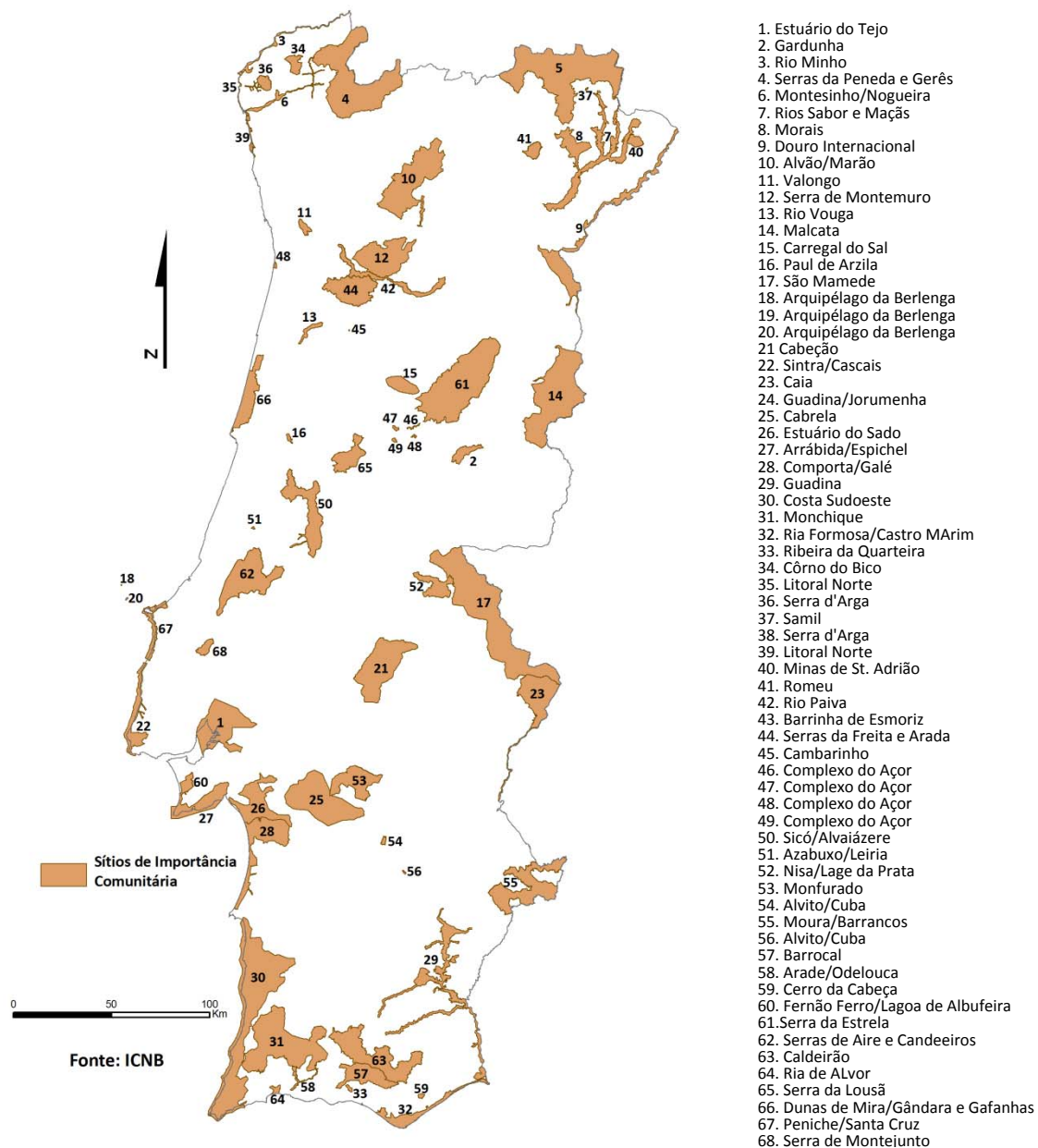


Figura 2 – Sítios de Importância Comunitária.  
Fonte: Instituto da Conservação da Natureza e Biodiversidade.

O grande significado que têm hoje a sustentabilidade e a preservação para constituição da herança das gerações futuras criaram a necessidade de assumir as formas da superfície terrestre com um património, na acepção de monumento natural, pela sua importância enquanto legado, enquanto suporte de investigação e enquanto parte integrante da expressão cultural das comunidades e sociedades que com ela interagem.

A geoconservação é instrumento de protecção, de promoção e de utilização dos territórios. Neste âmbito o valor educacional é incontornável, porque a educação ambiental é o elemento central para a materialização da qualidade de vida sustentável no processo de desenvolvimento. Atingir esse objectivo implica a proposição de metodologias participativas e não apenas identificativas ou de inventário (importantes, mas estáticas) de modo a que a expressão da ciência possa ser facilmente entrecruzada com o saber fazer do sistema civilizacional actual (SANTOS; 2006, p. 123).

É preciso criar paradigmas de valor científico que sejam entendíveis aos leigos, que assim estarão muito mais predispostos a tornarem-se adoptantes num processo de aprendizagem para aceitação da inovação.

Portanto, a geoconservação, a valorização da geomonumentalidade e dos geossítios, são um sinal cultural e civilizacional e conjugam-se com as novas interpretações dos lares e do turismo. Estas apresentam-se com o sentido do aproveitamento dos legados para as gerações vindouras através de um investimento que, todavia, se ancora na sua capacidade em se transformar em produto turístico, no presente.

Surge, desta forma, a valência económica, perspectivada no lucro conseguido através de um investimento que procura dar expressão às heranças dos antepassados, por intermédio de processos de patrimonialização, que transformam recursos em produtos turísticos.

A importância dos lares e do turismo assumem, pois, um papel de inerência perante a sua capacidade produtiva, da economia, e reprodutiva, dos territórios. Isto sucede especialmente devido “à interacção entre ordenamento e a imagem a difundir, de modo a facultar a integração dos *lugares*, *sítios* e/ou *paisagens* da geoconservação no roteiro, na agenda, no cânone, no folheto, no marketing, respectivamente, de viagem, política, civilizacional, turístico, territorial” (SANTOS; 2006, p. 123).

Aliás, como referem Vieira & Cunha (2004, p 4) alguns elementos geomorfológicos tinham mesmo uma importância que ultrapassava o utilitarismo do dia a dia para atingir a dimensão simbólica. Este facto deixa-nos a *mão livre* para criar, na mutabilidade lenta da natureza, a alteridade suscitada pela diversidade de interpretações e de credos, na acepção que Tuan (1970, 448) nos legou ao afirmar que o lugar pode ser um símbolo e, assim sendo, incutir temor, grandiosidade, o sublime. A geomonumentalidade e os geossítios inscrevem-se nesta relação entre natureza, património e turismo. É neste sentido que Couto & Lourenço (2005, p. 10) citam Carvalho (1999) que afirma que

à semelhança de qualquer património construído que, por características de significado, grandiosidade ou outras, é considerado monumento e, portanto um recurso cultural a preservar, também certas ocorrências geomorfológicas têm características de monumentalidade.

### **3. Políticas e produtos**

Embora nem sempre tenha sido o *modus operandi* dos responsáveis pelo turismo, ele assenta, hoje, na procura de compromissos entre a sustentabilidade económica e a sustentabilidade ambiental, num processo nem sempre fácil de gerir, mas entendido como incontornável, devido à valorização de uma nova cultura que tem na protecção ambiental uma prerrogativa da procura turística. A Carta Europeia do Turismo Sustentável (1993) materializa esta opção ambientalista e surge da preocupação das Áreas Protegidas Europeias, de que resultou o relatório *Loving Them to Death*. Entendida como instrumento para uma utilização menos intensiva do impacto do sistema turístico, dá expressão à interacção entre características ambientais, culturais e sociais, na perspectiva da prossecução de desenvolvimento integrado.

Como resulta óbvio, a importância do turismo em Portugal e a diversidade dos seus patrimónios, especialmente o natural, viram dar expressão a orientações e políticas ambientalmente preservadoras. Nos últimos anos, depois de 2007, com a publicação do Plano Estratégico Nacional para o Turismo (PENT), Portugal tornou o Turismo um sector central nos processos de desenvolvimento. Esta estratégia é conseguida através de atributos como a qualificação e competitividade da oferta, expressos por elementos como o Clima, a História, a Cultura e a Tradição; pela Hospitalidade e pela Diversidade concentrada.



Esta diversidade concentrada é um conceito deveras interessante. Uma interpretação suportada por uma analogia permite pensar no tipo de oferta de um grande centro comercial; grande diversidade da oferta que apresenta, simultaneamente, um sortido estreito (grande especialidade) e profundo (grande variedade). Este é, de facto, um trunfo competitivo incontornável e de grande valor estratégico que se encontra estribado em 10 produtos turísticos: Sol e Mar, *Touring* Cultural e Paisagístico, *City Break*, Turismo de Negócios, Turismo de Natureza, Turismo Náutico, Saúde e Bem-estar, Golfe, *Resorts* Integrados, Turismo Residencial, e Gastronomia e Vinhos.

Para atingir os objectivos é proposto o “desenvolvimento de ofertas estruturadas, distintivas e inovadoras, alinhadas com a proposta de valor de Portugal e suportadas na capitalização da vocação natural de cada região, que permitam competir, com êxito, nos mercados alvo” (PENT, 2007). Depreende-se, então, que o espaço físico é, em simultâneo, suporte de acções e produto turístico. Este produto turístico está expresso, em grande medida, na oferta massificada de Sol e Mar e na oferta elitizada de Turismo Náutico mas, também em ofertas inovadoras e não massificadas como o são o Turismo Natureza e o *Touring* Cultural e Paisagístico. Estes últimos encontram na expressão física do espaço o fundamento da sua oferta, porque

Este significado superlativo é materializado na constituição de diferentes organizações, das quais se destaca o Instituto da Conservação da Natureza e Biodiversidade, já que tem na sua dependência competências regulatórias, gestionárias e de conservação as acima referidas Zonas de Protecção Especial, Sítios de Importância Comunitária e Áreas Protegidas.

As principais motivações do *Touring* Cultural e Paisagístico são a descoberta, o conhecimento e a exploração dos espaços com programas organizados em *Tours* (*voltas*), rotas ou circuitos de diferente duração e extensão, de modo independente ou organizado. Cerca de 90% dos percursos são genéricos ou sem uma intenção concreta de visitação, sendo a viagem a essência do produto, como se refere no PENT (2007). Há, todavia, tendência para o aumento dos percursos específicos, visto estarem a ser, para as autarquias locais, um instrumento de desenvolvimento e marketing territorial. Contudo, se as qualidades do património construído e imaterial foram desde logo potencializadas, hoje o património natural assume um papel relevante, sendo os verdadeiros trunfos conseguidos através de uma correcta integração de todas as qualidades patrimoniais na oferta turística.

Os geoparques detêm aqui uma posição de vanguarda. Apresentam-se como instrumento de gestão territorial, precisando de ter uma escala de actuação bem definida e uma imagem que lhes permita ir para além da região, até ao âmbito internacional. É, pois, possível identificar lugares moldados pela natureza que funcionam como âncora pela sua importância e capacidade de actuação supranacional. Todavia, “a identificação das suas características deve ser efectuada para recuperar, reabilitar, reajustar, mais do que para proceder a uma competição territorial, de teor economicista” (SANTOS; 2006, p. 125). Trata-se do mesmo problema que cruza a nossa política desde meados dos anos setenta: é preciso regionalizar para desenvolver ou desenvolver para regionalizar?

A geoconservação, a educação ambiental e o turismo são os objectivos centrais dos geoparques. O Geoparque NaturTejo assume claramente uma estratégia de desenvolvimento económico regional, atribuindo um grande pendor cultural aos geomonumentos e geossítios que integra (os icnofósseis de Penha Garcia, os canhões fluviais de Penha Garcia, das Portas do Ródão e de Almourão, a mina de ouro romana do Conhal do Arneiro, entre outros). Integrando o Parque Natural do Tejo Internacional é um dos espaços onde é possível apreciar a vida selvagem, desenvolvendo-se as actividades geoturísticas a par com uma ampla oferta de outros produtos turísticos, “que vão da gastronomia ao património histórico e dos eventos desportivos às festividades religiosas tradicionais” (site Geopark NaturTejo, em 25 de Março de 2010).

O Geoparque de Arouca tem no seu Património Geológico e Geomorfológico relevância internacional. Salientam-se as Trilobites gigantes de Canelas, as Pedras Parideiras da Castanheira e os Icnofósseis do Vale do Paiva, se bem que existam um total de 41 geossítios que são conjugados com valores os arqueológicos, ecológicos, históricos, desportivos e culturais, mostrando, mais uma vez, a importância da relação entre Natureza e Cultura.

O PENT dá expressão a estas potencialidades ao valorizar o Turismo Natureza e *Touring Cultural* e Paisagístico.

Verifica-se um crescimento da procura de actividades de *touring* e como se pode perceber, pelo que acima ficou dito, Portugal apresenta qualidade e diversidade para satisfazer a procura. Como é referido no PENT, o crescimento do início do século tende a aumentar destacando dois factores: a configuração de um espaço territorial, administrativo e económico que concentra provavelmente, em todas as suas manifestações, o maior e mais rico património cultural do mundo; o avanço permanente

e sustentado na melhoria das condições materiais, administrativas, comerciais, etc., (que) facilita as viagens turísticas em geral e as viagens de *touring* em particular.

O Touring Cultural e Paisagístico apresenta um elenco (acima cartografado) de espaços naturais protegidos que, na sua totalidade correspondem a aproximadamente ¼ do território português a que é preciso associar muitas áreas contíguas, ou não, com valor patrimonial natural.

Este ambiente natural é, hoje, o espaço ideal para a prática de actividades de lazer activo ou de aventura, relacionados com a água, com o ar ou com a terra e que dão expressão a um nicho de turismo em crescimento: o turismo aventura e os desportos

radicais, que encontram na relação entre turismo e natureza a sua máxima expressão.

Esta é precisamente a aposta do Turismo Natureza que tem nas actividades desportivas e na contemplação da natureza os seus principais objectivos.

Num outro trabalho, esse sobre enoturismo em Portugal (SANTOS, 2008, p. 235), definia-se, com base em Brown & Getz (2005) citando Charters & Ali-Knight (2000) a existência de *wine-lovers* que procuram uma experiência educativa com um nível de conhecimento elevado sobre o assunto. Uma

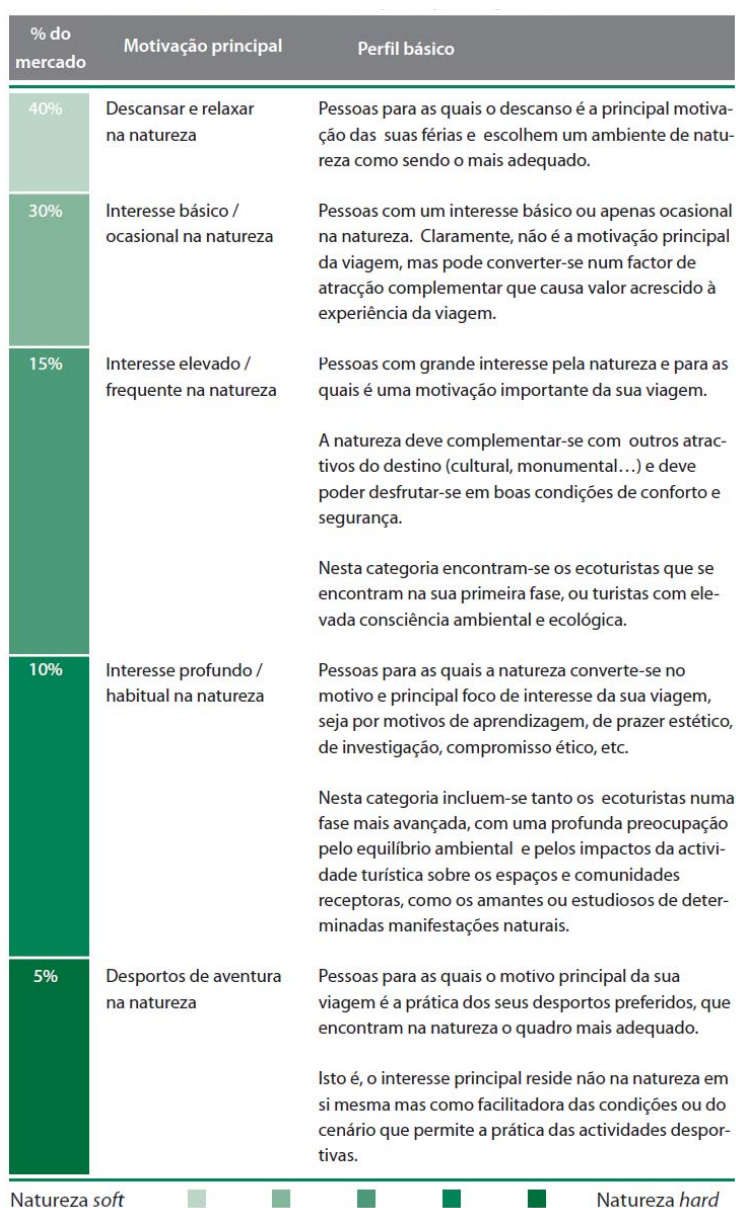


Figura 3 – Actividades de Turismo Natureza em Portugal  
Fonte: PENT, 2007

pequena parte destes será mesmo *connoisseur*, tendo como principal motivo de viagem apreensão de mais conhecimento e experiência sobre o tema. Outro tipo de visitante de espaços associados ao vinho é o turista à procura de todos os benefícios que pode retirar da visita a um lugar e, por último, aqueles que aproveitam a viagem para esporádicos contactos com o enoturismo e o mundo vitivinícola, resultado de oportunidades surgidas excepcional ou ocasionalmente.

A relação do turista ou do visitante com a natureza pode apresentar uma tipologia similar, estabelecendo níveis de interesse (Figura 3) diversificados com o tema natureza, que todavia, apresenta uma vertente que importa sublinhar, pela característica singular: a diferenciação entre uma relação *soft* com a natureza e uma relação *hard*.

Enquanto a Natureza *soft* implica actividades de baixa intensidade (passeios, excursões, percursos pedestres, observação da fauna, entre muitas outras (cerca de 80% da procura), as actividades *hard* associam-se aos desportos na Natureza (rafting, canyoning, escalada, canoagem) ou que requerem um elevado grau de concentração ou de conhecimento (*birdwatching*, por exemplo) (PENT, 2007).

#### **4. Prática e Participação**

As autarquias vão atribuindo ao turismo uma importância crescente, mesmo aquelas que não apresentam um património construído e monumental de relevância. A transformação dos recursos naturais em produtos turísticos, oferecidos num mercado tendencialmente global, tem sido a panaceia para muitos problemas de desenvolvimento, com especial incidência nos espaços onde a actividade agrícola continuada a ter um significado económico superlativo. De facto, o espaço das actividades que promovem uma relação de grande proximidade entre turismo, natureza e geografia física é, por excelência, o mundo rural. Com o Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural (FEADER, 2007-2013) o apoio ao investimento em espaços rurais ganha expressão, especialmente através do Eixo 3 que valoriza *a qualidade de vida nas zonas rurais e diversificação da economia rural*, assumida pelo agricultor, em situação de pluriactividade, através da constituição de microempresas” (SANTOS & CUNHA, 2008, p 212). Este eixo é acompanhado pelo LEADER (Ligações entre Acções de Desenvolvimento da Economia Rural) no incentivo às actividades turísticas, com centros de informação e a sinalização de locais turísticos; à valorização de infra-estruturas recreativas, como as que oferecem acesso a zonas naturais e alojamentos com

pequena capacidade, a par com o desenvolvimento e/ou a comercialização de serviços turísticos relacionados com o turismo rural.

Sabe-se que a massificação do turismo impõe sazonalidades que em muito dificultam os investimentos efectuados e os projectos existentes. A variação entre picos de utilização e períodos mortos ou de menor intensidade de utilização é uma característica de muitos dos serviços e espaços de turismo. Todavia, há que dizê-lo, ainda bem que estes existem. Os lugares que conseguem assegurar uma massificação continuada, óptima para os intuitos economicistas, dificilmente se ajustam às pretensões ambientalistas e de desenvolvimento sustentável. A capacidade de carga dos territórios não é ilimitada e há que saber dosear os ímpetus consumistas (porque o espaço também é cada vez mais objecto de consumo) de uma população que por ter uma classe média dominante, na parte do mundo apelidada de desenvolvida, consegue disponibilizar o dinheiro necessário para um consumo de lazer, quer através do descanso, do desenvolvimento ou do divertimento, como afirmou Joffre Dumazedier na sua obra *Vers une Civilisation du loisir?* (1962) (Santos, 2006, p. 123)

Importa questionar se as pessoas estão verdadeiramente a utilizar a natureza. Na actualidade, as paisagens e as paisagens culturais (com a certeza de que dificilmente a paisagem não seja sempre cultural) assumem-se como instrumentos de marketing



Figura 4 – A) Imagens Regionais B) Unidades e Grupos de Unidades de Paisagem em Portugal Continental. A - V Grupos de Unidades de Paisagem; Fontes: (Girão, 1958) e (Correia *et al.* 2001)

territorial e são mais um sinal da importância da relação entre recursos físicos e turismo. Correia, *et al.* (2001) elaboram um estudo para a Direcção-Geral do Ordenamento do Território e Desenvolvimento Urbano, onde a importância da paisagem surge associada à sustentabilidade e à gestão equilibrada do espaço. Efectivamente, “o relatório Princípios Directores para o Desenvolvimento Espacial Sustentável do Continente Europeu (CEMAT, 2000) reconhece que a paisagem é o reflexo da diversidade do território” (CORREIA *et al.* 2001, p. 196) (Figura 4) e imprescindível para o seu ordenamento, protecção e gestão.

Muitos autores antes de Correia *et al.* (2001), deram ênfase à importância da homogeneidade espacial na caracterização dos territórios, mas não é a enunciação desses trabalhos que aqui queremos efectuar. Todavia, não poderíamos deixar de referir a caracterização efectuada por Girão (1958) nas *Imagens Regionais* (Figura 4) constantes no seu Atlas de Portugal (2ª. ed.), afirmando que “em várias regiões de Portugal o trabalho do homem, através das gerações, remodelou completamente o solo, incorporando-se de certo modo na paisagem” (Girão, 1958, Folha 33). Este é o mote para nos descrever grandes regiões onde identifica o Noroeste, o Nordeste, o Douro, a Holanda Portuguesa, o Centro, as Campinas Ribatejanas, os Descampados do Sul com pastoreio e cultura do trigo e o Algarve da agricultura de jardinagem que “como no Alto Douro, as galas da Natureza e a doçura do clima mediterrâneo conjugam-se para dar no Inverno o espectáculo incomparável das amendoeiras em flor”.

A paisagem está continuamente presente nas interpretações que foram feitas do espaço e é a forte interacção entre as características físicas e a intervenção do ser humano que lhe dá real expressão. Não admira, pois, que o Turismo e o Lazer façam desta relação uma mais-valia na criação e diferenciação de produtos turísticos, com o propósito de assunção de uma identidade territorial forte, capaz de ser expressão de marketing nos diversos mercados do sistema turístico.

Importa, então, tentar dar expressão a esta qualidade da oferta turística e de lazer dependente das potencialidades dos recursos naturais existentes. Propomos de seguida alguns exemplos de produtos associados à natureza que apresentam um crescimento significativo, em Portugal.

## **5. Produtos turísticos de relação natureza/cultura**



Neste texto vamos debruçar-nos apenas sobre alguns produtos de turismo e lazer, especificamente sobre: praias fluviais, termalismo e águas termais, áreas protegidas e sítios de importância comunitária, turismo aventura e lazer activo (com referência a empresas de animação turística e lugares de escalada) e, por último, ecomuseus.

As praias fluviais (Figura 5) surgem como uma alternativa directa ao turismo de sol e praia, associado ao turismo massificado. Modo de referência da democratização através das actividades de lazer, a relação com os ambientes aquáticos não marítimos,

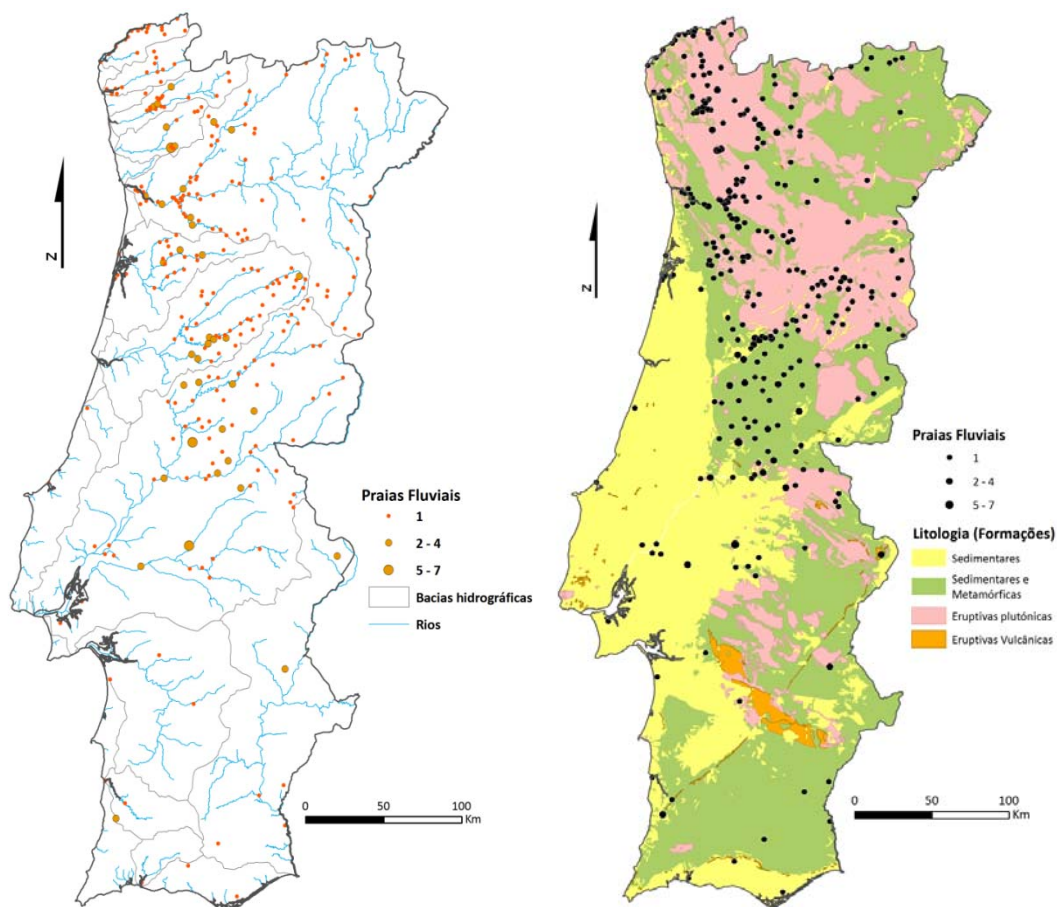


Figura 5 – Distribuição das praias fluviais em Portugal Continental

Fonte: Guia de Portugal (on line) e Atlas do Ambiente (<http://www.iamambiente.pt/atlas/est/index.jsp>)

especialmente rios e albufeiras, tornam possível que em espaços com menores densidades relacionais, menos acessíveis e ainda com debilidades infra-estruturais e de equipamento consideráveis, surjam produtos turísticos resultantes da qualidade dos recursos naturais aquáticos.

Efectivamente,

“através da intervenção do poder local (concelhos e freguesias), isoladamente ou em conjunto com investimentos privados, é possível valorizar as potencialidades de lazer de espaços ribeirinhos que conjugam paisagens e ludismo aquático de modos completamente diversos dos que temos à beira-mar. A oferta é muito diversa e a qualidade fica aquém da desejada. As bandeiras azuis são poucas, a qualidade dos serviços não é a ideal, as acessibilidades são muitas vezes difíceis (embora este possa ser um elemento qualificativo dos lugares de lazer aquático fluvial)” (SANTOS & CUNHA, 2008, p. 213).

A Figura 6 evidencia o enorme investimento que tem sido efectuado em praias fluviais no território português. Se bem que muitas praias fluviais estejam ainda fora desta listagem elaborada pelo Guia de Portugal (<http://www.guiadeportugal.pt/>), na verdade a distribuição encontrada é uma evidência para o reconhecimento da importância deste tipo de aproveitamento de recursos naturais conjugados com estruturas e equipamentos criados pelo homem.

As bacias hidrográficas mais relevantes são a do Mondego, do Tejo, do Vouga, do Douro, e as bacias hidrográficas do Noroeste português (Minho, Lima, Cávado e Ave) que agregam, efectivamente a grande maioria das praias fluviais portuguesas. Contudo, nem todos os rios apresentam os mesmos níveis de valorização das suas águas para práticas de lazer. Como é óbvio são os açudes e barragens, os golfos, enseadas e albufeiras que permitem a formação de espaços adequados a banhos que, porém, precisam de conjugar-se com o ordenamento das margens e a oferta de serviços mínimos (segurança e higiene) e de restauração e sociabilização, estes muito dependentes da vontade política dos autarcas locais.

Os rios mais atractivos para estas actividades relacionadas com a água doce, podem também identificar-se com alguma facilidade (Quadro 1). Todavia, alguns deles merecem uma atenção especial porque se conjugam com as actividades de desporto radical (de que adiante falaremos) como é o caso do Rio Minho, do Rio Paiva que nasce na Serra da Nave, em Moimenta da Beira, e do Rio Teixeira, entre outros; ou com grandes investimentos, como é o caso da Ribeira de Pêra, com a Praia de ondas das Rocas, enquadrada pela Serra da Lousã, ou do Rio Ceira, em Avô, com a sua Praia Fluvial que conjuga lazer, património e natureza numa combinação que leva a uma completa libertação dos sentidos. Também a Praia Fluvial de Fróia, na Ribeira do mesmo nome, em Sobreira Formosa, Proença-a-Nova é um bom exemplo da qualidade do investimento em praias fluviais. Próxima de duas aldeias de xisto, Oliveiras e Pedreira, beneficia de um enquadramento paisagístico muito dinâmico e atraente,



equipamentos de qualidade e o aproveitamento dos moinhos para fins turísticos, tendo sido considerada um dos dez melhores projectos no Prémio Internacional do Ambiente, promovido pela Associação de Agências de Viagens da Alemanha. Também a Praia de Valhelhas, na freguesia com o mesmo nome, do concelho da Guarda, surge como referência pela sua Bandeira Azul, galardão muito querido, mas pouco atribuído, nas praias fluviais portuguesas. Resultante da qualificação de um troço do Rio Zêzere surge associada ao Festival *Vallecullia*, de música tradicional e popular.

Como é óbvio não se pretende efectuar aqui a apologia da grande variedade e qualidade das praias fluviais portuguesas e as referências acima surgem apenas como exemplo, mas existem aproveitamentos verdadeiramente preciosos de recantos e recursos naturais que passaram a ser interpretados como produtos do sistema turístico.

Quadro 1 – Linhas de água que apresentam maior aproveitamento lúdico através da criação de estruturas e implantação de equipamentos para praias fluviais. Fonte: Guia de Portugal, 2010.

<b>Linha de Água</b>	<b>Praias</b>	<b>Linha de Água</b>	<b>Praias</b>
Douro	20	Ceira	5
Alva	18	Mouro	5
Tejo	14	Ribeira da Isna	5
Paiva	13	Ria de Aveiro	4
Vouga	13	Vez	4
Zêzere	13	Albusfeiro	3
Vizela	12	Ave	3
Mondego	11	Barragem do Castelo de Bode	3
Homem	10	Caima	3
Cávado	9	Guadiana	3
Tâmega	9	Peio	3
Lima	8	Ribeira da Raia	3
Barragem de Montargil	7	Ribeira de Pera	3
Côa	7	Sousa	3
Mínho	7		

Fonte: Guia de Portugal (<http://www.guiadeportugal.pt/>)

Espera-se um grande investimento no espaço banhado pela Albufeira do Alqueva neste tipo de espaços de oferta de banhos em água doce, que permitem conjugar a qualidade de uma oferta não massificada com práticas habitualmente associadas a grandes concentrações de veraneantes e turistas.

Outro produto turístico que tem merecido grande atenção, tanto por parte da oferta, como por parte da procura, é o termalismo e o turismo de bem-estar. Esta oferta esteve durante muito tempo associada ao tratamento de doenças e à saúde e dependente das características geológicas e da neo-tectónica da crosta terrestre. A diversificação dos produtos turísticos, pela conjugação da multiplicação da oferta e da desmultiplicação da procura, levou à refuncionalização dos espaços termais, que contudo têm com o falhamento da crosta terrestre uma forte correlação, como se pode ver na Figura 6.

De facto, a debilidade que atingiu o termalismo de saúde, enquanto actividade económica, devido à dificuldade em cativar clientela, obrigou à “revitalização de equipamentos subaproveitados, recuperação de antigas termas e caldas devolutas, valorização e diversificação dos serviços de outras e promoção da imagem de todas, através da difusão de novos propósitos” (SANTOS & CUNHA, 2008, p. 212/213). Passam a ser classificados como espaços de lazer/saúde e têm nos Spas (salute per aqua) um novo equipamento de referência, que passa a funcionar como elemento de marketing. Associados à ideia de saúde como requisito primeiro para a qualidade de vida, valorizam o aproveitamento dos tempos livres de estada nestes equipamentos em formas de lazer, quer de descanso, quer de desenvolvimento, quer de divertimento (sociabilidade). Os equipamentos que eram responsáveis pela saúde, são agora conjugados com medicinas alternativas, tratamentos médicos não invasivos e estética, são-no também para o lazer, na nossa sociedade onde o *parecer* é cada vez mais importante e o *corpo* *são* é um requisito incontornável para grande parte da classe média e alta.

O levantamento dos lugares que já ofereceram ou oferecem, em Portugal, tratamentos ou actividades termais (termas concessionadas, termas desactivadas, banhos públicos, banhos parciais e águas para ingestão) mostra uma riqueza de difícil contabilização. Tentámos dar expressão a essa importância na Figura 6. A fase de abandono, que pautou toda a 2ª metade do século XX, fez com que 45 espaços termais se tenham tornado devolutos. A valorização de outros produtos, tanto no âmbito da medicina, como no âmbito do turismo e do tempo livre, fez com que o termalismo perde-se a importância que detinha na primeira metade do século, antes da Segunda Guerra Mundial. A sua não utilização veio reduzir o rendimento de muitos municípios, muitos deles com localizações periféricas posicionais ou marginais, e contribuir para o empobrecimento de muitos deles que tinham nos espaços termais uma âncora para muitas outras fontes de rendimento.

Como sabemos a localização das nascentes termais está directamente associada à neotectónica e isso é bem visível na Figura 6, com os principais alinhamentos de falha a concentrarem-se na sua proximidade e a marcarem a localização dos principais produtos termais. É o caso dos alinhamentos tardi-hercínicos de Verín-Penacova e de Bragança-Unhais da Serra, que conjuntamente com o alinhamento de falhas da Cordilheira Central são responsáveis pelos núcleos termais de Chaves/Vidago/Boticas/Pedras Salgadas, Manteigas/Unhais da Serra e Alcafache/Sangemil/S. Pedro do Sul/Felgueira. Por seu lado, na Falha dos Arrifes, no Oeste, as termas Vimeiro/Cucos/Caldas da Rainha/Monte Real, são a expressão visível da sua acção geotermal, tal como as da Curia/Vale da Mó/Curia/S. Jorge para a Falha de Porto-Tomar e as de Caldelas/Eirogo/Taipas/Vizela, para a falha que atravessa o Minho de NW para SE. Todavia, para além do termalismo concessionado e em pleno funcionamento, existem outros pontos de interesse que podem permitir dar expressão turística a muitos outros lugares se o investimento permitir que os recursos existentes criem ou recriem produtos.

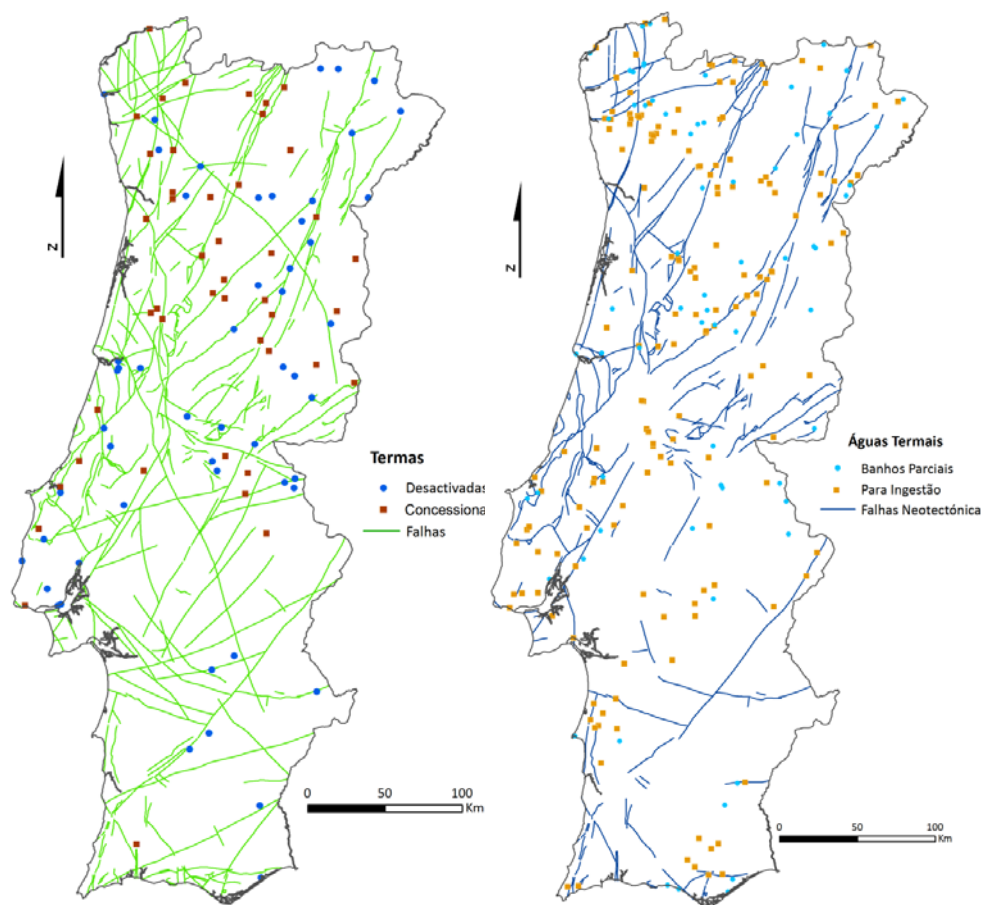
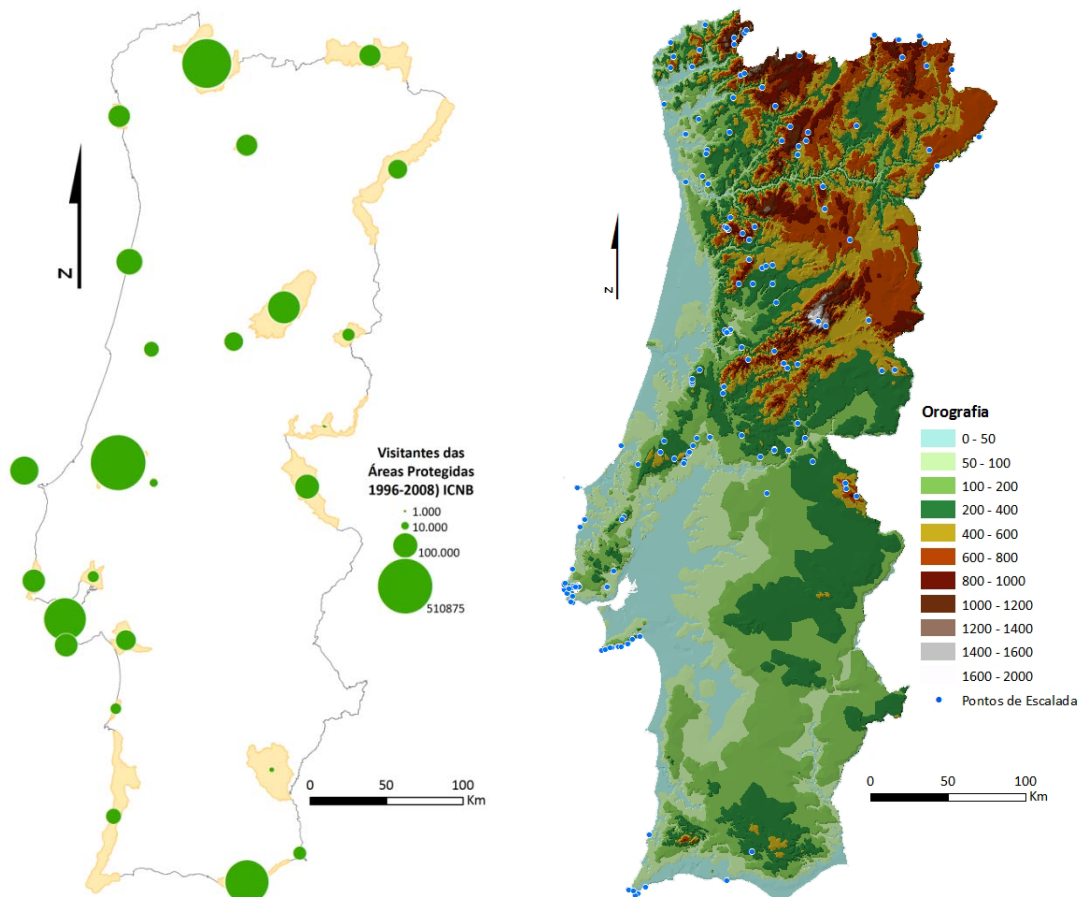


Figura 6 – Relação entre a tectónica e a distribuição de Termas, Banhos Parciais e Águas termais para ingestão

(Fonte: <http://www.aguas.ics.ul.pt/>, Carta Geológica de Portugal)

O interesse da relação entre neotectónica e termalismo é, nos últimos anos, ampliada. A ideologia ambientalista levou ao aproveitamento energético das nascentes termais. Como é óbvio não se trata de um processo filantrópico já que a redução de custos energéticos é muito cativante em termos de resultados de gestão, mas, hoje, para além da balneoterapia, há um “interesse crescente por parte dos concessionários na



realização de estudos e projectos que têm em vista o aquecimento dos próprios balneários e unidades hoteleiras” (INSTITUTO GEOLÓGICO E MINEIRO, 1998), como sucede em S. Pedro do Sul e em Chaves.

Figura 7 – Visitantes de Parques e Reservas Naturais, Áreas Protegidas e Zonas de Protecção Especial e de Conservação e Pontos de Escalada e Bouldering em Portugal Continental. Fontes: [www.icnb.pt](http://www.icnb.pt) e <http://spotsescalada.wordpress.com/lista/>.

Se as termas e a neotectónica apresentam uma relação evidente, a qualidade (especialmente densa) dos sítios, lugares e áreas naturais classificadas portuguesas, expressa em muitas propostas de Turismo Natureza e Touring Cultural e Paisagístico, motiva a criação de novos e inovadores produtos turísticos.

A temática das áreas protegidas foi já, acima, referida. Todavia, devido ao seu significado enquanto produto turístico e espaço motivador de actividades de lazer e turismo sustentável, importa perceber o seu papel nas actividades associadas ao tempo livre da população.

As pessoas (o consumidor de lazer) na sua procura continuada de novos produtos promovem ofertas crescentemente diversificadas. Esta diversificação ganha especial significado quando os recursos existentes são em quantidade e qualidade, como sucede no território português. Um novo produto que apresenta credibilidade e importância são as propostas organizadas de visitação às áreas e sítios protegidos. Num levantamento, efectuado junto do Instituto de Conservação da Natureza e Biodiversidade, sobre o *Número de visitantes que usufruíram de visitas guiadas* (<http://portal.icnb.pt/>) (Figura 7) encontramos mais de 500.000 visitantes, e esse valor sobe para 2.832.232, entre 1996 e 2008, se contabilizarmos os visitantes que contactaram as áreas protegidas

É, porém, fácil de concluir que muitas mais pessoas utilizaram a motivação criada pelos Parques e Reservas Naturais, Áreas Protegidas e as Zonas de Protecção Especial e de Conservação para se integrarem no grande contingente visitantes da actualidade, tanto em situação de turismo como de lazer.

Aliás, os espaços naturais protegidos são especialmente atractivos para actividades de lazer e turismo, entendidas como sustentáveis e frequentemente relacionadas com o desporto radical, o turismo de aventura e o lazer activo.

Se bem que a relação entre os pontos de escalada em Portugal e as Áreas Protegidas possa não ser evidente, na realidade é possível encontrar nestes espaços alguma concentração de pontos de escalada. Muitas das áreas e sítios protegidos cativam os investimentos e a preparação do terreno para a prática de actividades de aventura. Parece ser evidente que alguns lugares, pelo facto de terem um estatuto especial que lhes é atribuído pela qualificação ambiental, funcionam como palcos, refúgios ou santuários e promovem uma utilização sustentável baseada na simbiose entre o ser humano e a natureza. A interpretação da Figura 8B permite para além de mostrar das actividades de aventura de escalada (são apenas apresentadas as que não são resultantes de equipamentos construídos pelo homem) a relação evidente com espaços naturais protegidos de que se salientam: o Parque Nacional da Peneda/Gerês; os Parques Naturais de Sintra/Cascais, da Arrábida, de Montesinho, do Alvão, da Serra de S.

Mamede, do Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina, da Serra de Aire e Candeeiros e da Serra da Estrela.

De facto, as actividades de aventura e lazer activo têm uma forte relação com a natureza e a paisagem natural. Entendidos como modos de escapar ao quotidiano das áreas metropolitanas e urbanas, participar em aventuras em meio natural utilizando equipamentos criados para o efeito é um propósito de cada vez mais pessoas.

Sendo uma alternativa de ocupação do tempo de lazer do mesmo modo que se apresenta também como uma oportunidade de negócio para os sectores da área, o turismo de aventura adquiriu, dentro do ecoturismo, características próprias. A procura tem sido responsável pelo aparecimento de uma miríade de empresas de animação turística (Figura 8), muito presentes nas sub-regiões mais populosas (Grande Porto, Grande Lisboa e Algarve) aparecem também em espaços que apresentam muitos recursos tanto no meio *ar*, como no meio *água* ou no meio *terra*, oferecendo produtos de lazer que têm nos rios, nas grutas, nos relevos dinâmicos e na paisagem natural os seus palcos preferenciais.

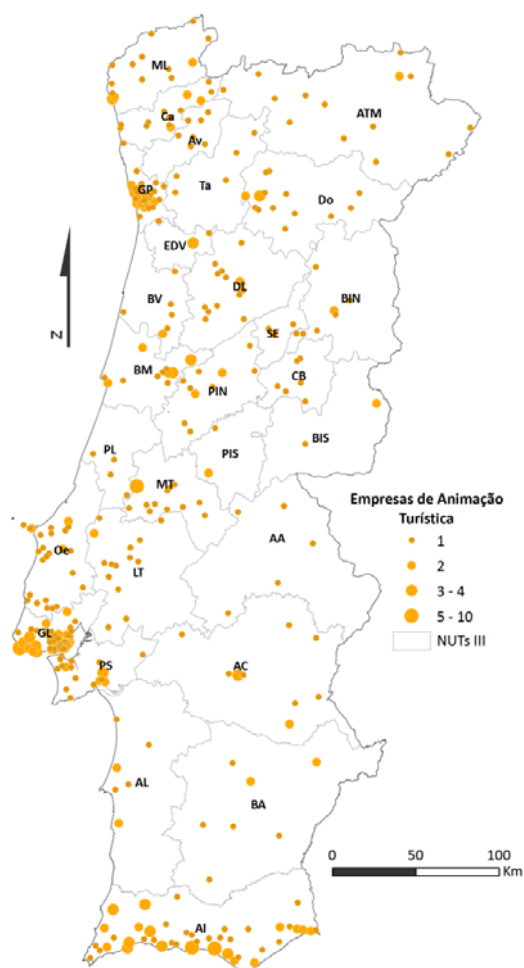


Figura 8 – Empresas de Animação Turística.  
Fonte: Registo Nacional de Agentes de Animação Turística (RNNAT), Turismo de Portugal, 2010.

As actividades de aventura são responsáveis por um determinado tipo de catarse que não se verifica facilmente em outros tipos de actividades e essa purificação acontece na ambiência natural e com pessoas comuns, acostumadas ao conforto e, sobretudo, à tecnologia e à segurança. O homem aproxima-se da Natureza e o lazer e o turismo têm sido veículos fundamentais desse reencontro.

Embora, como afirmámos anteriormente, não seja pretensão efectuar uma abordagem exaustiva sobre a relação natureza/turismo, julgamos pertinente fazer

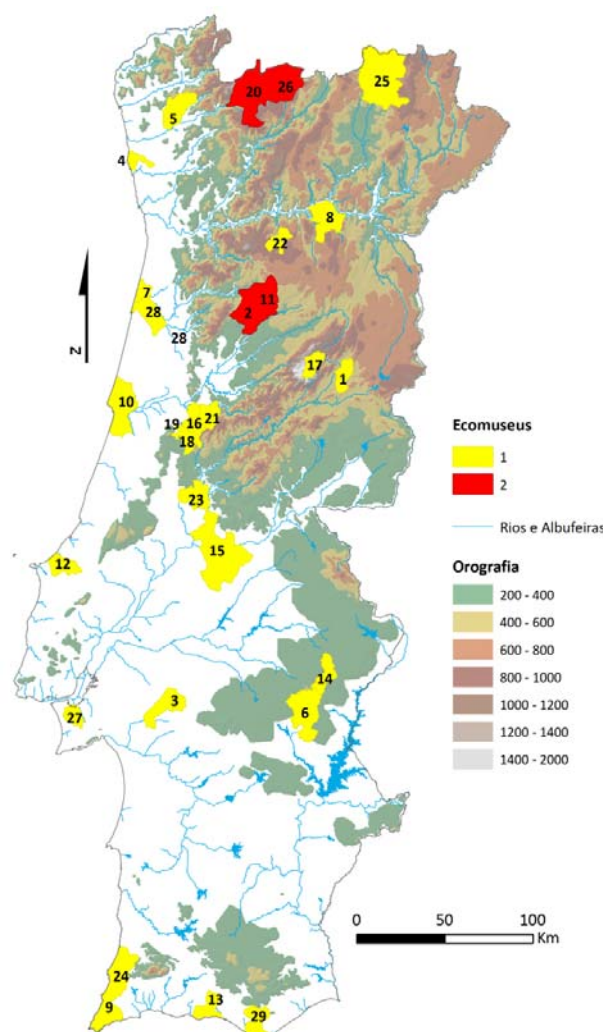


referência a um tema que tem merecido especial atenção por parte da governância em Portugal: a ecomuseologia (Figura 9).

A valorização do património histórico e monumental tem proporcionado a criação de novos produtos associados à museologia. Contudo, mesmo no âmbito museológico sente-se a importância da criação de novos produtos que permitam a participação dos visitantes em diversas actividades ou a interacção das pessoas com a exposição.

A Natureza tem permitido explorar novas formas de participação e interacção não somente com os produtos expostos mas, fundamentalmente, com as práticas, os tempos, os espaços e os modos de fazer que constituem os patrimónios imateriais, criando um novo produto turístico que se ancora na sustentabilidade e proporciona aos turistas e aos visitantes novas experiências, gratificantes e exploratórias, capazes de funcionarem como *ex-libris* espaço-temporais de qualquer projecto de lazer. Este entendimento é reconhecido, hoje, por uma parte do poder municipal português ou instituições capazes de governância.

Associados a espaços com estatutos espaciais de protecção ou aparecendo precisamente porque o Turismo Natureza não assume um relevância incontornável, se bem que os recursos naturais possam, ainda assim, estar presentes e ter



1. Ecomuseu do Zêzere, Belmonte; 2. Ecomuseu Fundação Joaquim dos Santos, Torredeita; 3. Ecomuseu de Recursos Florestais, Casa de Bragança, Vendas Novas; 4. Ecomuseu de São Pedro de Rates, Póvoa de Varzim; 5. Ecomuseu de Aboim da Nóbrega, Lugar de Cabo, Vila Verde; 6. Ecomuseu do Redondo Serra d'Ossa; 7. Eco-Museu da Ria, Murtosa (pólo lagunar); 8. Ecomuseu de São João da Pesqueira; 9. Ecomuseu Centro de Interpretação do Sudoeste; 10. Ecomuseu do Sal da Figueira da Foz; 11. Ecomuseu de Vila Chã de Sá, Viseu; 12. Ecomuseu - Moinho do Pagador, Olhos Marinho, Óbidos; 13. Ecomuseu do Barrocal, Paderne, Albufeira; 14. Ecomuseu Rio de Moinhos, Borba; 15. Ecomuseu de Martinchel, Abrantes; 16. Ecomuseu Quinta da Paiva, Miranda do Corvo; 17. Ecomuseu de Lanifícios da Serra da Estrela; 18. Território do Ecomuseu, Arzila, Condeixa; 19. Território do Ecomuseu, Penela; 20. Ecomuseu de Pitões da Júnias, Vila Real; 21. Ecomuseu das Aldeias do Xisto e da Serra da Lousã; 22. Ecomuseu da Beira, Tarouca; 23. Ecomuseu Gruta da Avecasta, Ferreira do Zêzere; 24. Ecomuseu Pontal da Carrapateira; 25. Ecomuseu de Vinhais; 26. Ecomuseu do Barroso, Montalegre; 27. Ecomuseu Municipal do Seixal; 28. Ecomuseu do Sal, Marinha "Troncalhada" Aveiro; 29. Ecomuseu Rural das Serras do Algarve – Serra do Caldeirão

Figura 9 – Ecomuseus no território Continental Português.

Fonte: Levantamento próprio em fontes diversas

grande significado turístico, os ecomuseus procuram funcionar como pólos especializados de relação do turismo com a Natureza e tem cativado a atenção de novos turistas, especialmente aqueles que evidenciam ter fortes relações com a natureza (cfr. Figura 3).

Todos os lugares sítios ou áreas a que temos vindo a fazer referência se assumem como alternativa à valorização de um tempo fora do trabalho (especialmente aquele que é destinado ao lazer) enquanto, em simultâneo, dão expressão à sustentabilidade e à importância da simbiose entre espaço físico e cultura. Nesta perspectiva relacional eles são alvo da atenção de uma população que procura a diferença, a classe dominante, mas também daqueles que constituem a classe média e que estão, cada vez mais, informados e interessados na participação em projectos sustentáveis e culturalmente integrados. Como afirmámos em trabalho anterior, “esta população procurou no distante o seu espaço de lazer, porque a proximidade ficou muito exposta aos contactos do tempo de trabalho; procurou no exótico a fuga para a frente, para assumir a diferença de classes (estilos de vida); escolheu o diferente, mesmo *indo para fora cá dentro*, porque ao ser cativada para um território pouco explorado enquanto espaço de lazer, a necessitar de líderes de opinião e gestores para atingir uma expressão económica significativa para os agentes envolvidos (públicos e privados), mostraram o nível cultural e a preocupação ambiental que ganhou foros de moda” (SANTOS, 2006, p. 125) e expressividade política fomentadora de muitas novas opções no âmbito dos lazes e do turismo.

É evidente que a geoconservação e a patrimonialização são modos de tornar o território mais rico. De igual modo, podem contribuir para a redução da sazonalidade e para criar alternativas ao consumo massificado, da mesma maneira que funcionam como âncoras de atractividade territorial.

Esteio de sustentabilidade, a geoconservação e a relação da cultura com o espaço físico, têm no seu âmago a capacidade de integração territorial, de recriação da imagem dos lugares, de melhoria da qualidade de vida das populações locais, de expressão de liderança política e de fórum de actividade científica. Assim sendo, trata-se de um tema de grande relevância geográfica a que todos os investigadores interessados com o território devem dar uma atenção especial.

## **Referências bibliográficas**



ATLAS DO AMBIENTE <http://www.iamambiente.pt/atlas/est/index.jsp> (acedido em Janeiro e Fevereiro de 2010)

ANDRÉ, João (1996). “Da contradição do paradigma tecnológico à reciprocidade do paradigma ecológico” *Vértice*, Homem, Natureza e Sociedade, Out-Nov., II Série, 74.

BRILHA, José (2005). *Património Geológico e Geoconservação: A conservação da natureza na sua vertente geológica*. Braga, Palimage.

BRUNET, Roger *et al.* (1993)., *Les mots de la Géographie, dictionnaire critique*. 3 Montpellier, Reclus, Paris.

CABRAL, J. & RIBEIRO, A. (1989). *Carta Neotectónica de Portugal*, 1:1 000000 Serviços Geológicos de Portugal, Lisboa.

CEMAT (2000). Conferência Europeia de Ministros responsáveis pelo Ordenamento do Território Princípios orientadores para o desenvolvimento territorial sustentável do Continente Europeu, 7, [www.dgotdu.pt/ceamat/site%20CEMAT/PODTSCE.pdf](http://www.dgotdu.pt/ceamat/site%20CEMAT/PODTSCE.pdf) (acedido Março de 2010)

CORREIA; Teresa Pinto *et al.* (2001). “Identificação de unidades de paisagem. Metodologia aplicada a Portugal”, Lisboa, *Finisterra*, XXXVI, 72, 2001, pp. 195-206.

COUTO, Helena & LOURENÇO; Alexandre (2005). Geoconservação e Desenvolvimento Sustentável, Vitor Oliveira Jorge (coord), em *Cultura Light*, Departamento de Ciências e Técnicas do Património, FLUP, Porto, pp. 9-20.

CRESSWELL, Tim (2004). *Place. A short introduction*. Short Introductions to Geography, Blackwell Publishing, UK.

CUNHA, Lúcio & VIEIRA, António (2004). “Geomorfologia, património e actividades de lazer em espaços de montanha. Exemplos no Portugal Central.” *Cadernos de Geografia*, Coimbra, 21/23, pp. 15-28.

FEADER, 2007-2013 - Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural, [http://europa.eu/legislation\\_summaries/agriculture/general\\_framework/l6032\\_pt.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/agriculture/general_framework/l6032_pt.htm) (acedido em Abril de 2010)

GIRÃO, A. Amorim (1958). *Atlas de Portugal*, Instituto de Estudos Geográficos, Coimbra.

GUIA DE PORTUGAL <http://www.guiadeportugal.pt/> (acedido em Março de 2010)

INSTITUTO DE CONSERVAÇÃO DA NATUREZA E BIODIVERSIDADE <http://portal.icnb.pt/> (acedido em Fevereiro e Março de 2010)

INSTITUTO GEOLÓGICO E MINEIRO (1998). *Recursos Geotérmicos em Portugal Continental: Baixa Entalpia*. Versão Online, INETI: [http://e-Geo.ineti.pt/geociencias/edicoes\\_online/diversos/rec\\_geotermicos/indice.htm](http://e-Geo.ineti.pt/geociencias/edicoes_online/diversos/rec_geotermicos/indice.htm)

MANOSSO, Fernando César (2007). Geoturismo: uma proposta teórico-metodológica a partir de um estudo de caso no município de Apucarana-Pr. Vol 7, 2, *Caderno Virtual de Turismo*.

MELA, Alfredo *et al.* (2001). *A sociologia do ambiente*. Temas de Sociologia, Lisboa, Editorial Estampa.

O NOVO AQUILÉGIO <http://www.aguas.ics.ul.pt/> (acedido em Fevereiro de 2010)

PLANO ESTRATÉGICO NACIONAL DO TURISMO (2007). Para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal, Lisboa, Ministério da Economia e Inovação.

REGISTO NACIONAL DE AGENTES DE ANIMAÇÃO TURÍSTICA (RNNAT) (2010), Lisboa, Turismo de Portugal.

SANTOS, Norberto Pinto & CUNHA, Lúcio (2008). “Novas oportunidades para o espaço rural”, em Santos, Norberto Pinto & Gama, António (eds.) (2008). *Lazer. Da libertação do tempo à conquista das práticas*, Coimbra, Imprensa da Universidade de Coimbra, Centro de Estudos Geográficos de Coimbra.

SANTOS, Norberto Pinto & GAMA, António (2009). “As tradições do pão, territórios e desenvolvimento”, *VII Congresso da Geografia Portuguesa*, Coimbra, CCRDC e Imprensa da universidade de Coimbra.

SANTOS, Norberto Pinto & GAMA, António (eds.) (2008). *Lazer. Da libertação do tempo à conquista das práticas*, Coimbra, Imprensa da Universidade de Coimbra, Centro de Estudos Geográficos de Coimbra.

SANTOS, Norberto Pinto (2001). *A sociedade de consumo e os espaços vividos pelas famílias*. Lisboa, Edições Colibri, Centro de Estudos Geográficos de Coimbra.

SANTOS, Norberto Pinto (2006). “Geomonumentos, competição territorial e desenvolvimento”, em *Cadernos de Geografia*, Departamento de Geografia, Faculdade de Letras, Universidade de Coimbra, pp. 123-126.

SPOTS DE ESCALADA EM PORTUGAL E ARREDORES  
<http://spotsescalada.wordpress.com/lista/>.(acedido em Fevereiro de 2010)

TOURING CULTURAL E PAISAGÍSTICO (2006). 10 produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal, THR (Asesores en Turismo Hotelería y Recreación, S.A., Lisboa, Turismo de Portugal.

TUAN, YI FU (1970, ‘Space and Place: Humanistic perspective’, in *Human Geography*, Ed. J. Agnew, D. Livingstone & A. Rogers, Blackwell, Oxford, pp. 444-457

TURISMO NATUREZA (2006). 10 produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal, THR (Asesores en Turismo Hotelería y Recreación, S.A., Lisboa, Turismo de Portugal.

VIEIRA, António & CUNHA, Lúcio (2004). “Património geomorfológico – Tentativa de sistematização”, Actas do III Seminário Latino-Americano de Geografia Física, Puerto Vallarta, México, CD-Rom, GMF016.